

KOTA GRESIK SEBAGAI KOTA SANTRI “IMPLIKASI SEBAGAI CITY BRANDING”

Oleh:

Nora Faridatin

**FAKULTAS USHULUDDIN
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

Abstract

Identity is part part of self concept of someone which involves the values, emotion, eangagement level, caring and also a sense of pride to its members. The identity of someone or society group in particular places to be vulnerable toward every changing around it. Phenomenon of city branding and it implication toward society appears at identity of society in Gresik city. Method which is used in this research is descriptive-interpretative in which data are gathering through observation, interview, document study, and interpretative analysis using theory. The theory of public space theory from Jurgen Habermas is used to explain the identity of society in Gresik city which has city branding as Santri city. This research is done in two district, they are district Manyar and district Gresik. The result of this research, first Gresik city pasca-industrialization shows new identity as industry city, but still committed to their previous identity as Santri city. Second, there are social changes as the impact of city branding, such as structure aspects, culture and social interaction.

Abstrak

Identitas merupakan bagian dari konsep diri seseorang yang di dalamnya disertai dengan nilai-nilai, emosi, tingkat keterlibatan, rasa peduli dan juga rasa bangga terhadap keanggotaannya. Identitas seseorang atau suatu kelompok masyarakat terhadap suatu tempat menjadi rentan terhadap setiap perubahan yang terjadi di sekelilingnya. Fenomena *city branding* dan implikasinya terhadap masyarakat ini terlihat pada identitas masyarakat Kota Gresik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif-interpretatif, yakni data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, studi dokumen dan analisis secara interpretative tanpa meninggalkan teori yang digunakan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori ruang publik oleh Jurgen Habermas yang akan menjelaskan identitas masyarakat Kota Gresik yang mengemban *city branding* sebagai Kota Santri. Kegiatan penelitian ini dilakukan di dua Kecamatan yakni Kecamatan manyar dan Kecamatan Gresik. Hasil dari penelitian ini *pertama* adalah Kota Gresik pasca-

industrialisasi memunculkan identitas baru sebagai Kota Industri, namun masyarakat Gresik tetap mempertahankan identitas lamanya yaitu Kota Santri. *Kedua*, terdapat perubahan sosial sebagai akibat dari implikasi *city branding* tersebut, seperti perubahan dari segi struktur, kultur dan interaksi masyarakat.

Kata Kunci: *Identitas, kota santri, city branding*

A. PENDAHULUAN

Branding untuk sebuah kota menjadi sangat penting, karena jika hal itu mengenai atau identik dengan semangat komunitas masyarakat, tentu akan memberi inspirasi positif bagi masyarakat itu sendiri dalam melangkah untuk menuju masa depan. *Branding* tersebut kemudian menjadi satu acuan atau spirit apakah itu pada bidang kerja atau kemauan untuk membentuk hidup berkomunitas yang lebih baik.

Kaegan (1995), mendefinisikan merek sebagai sekumpulan citra dan pengalaman kompleks dalam benak pelanggan, yang mengkomunikasikan harapan mengenai manfaat yang akan diperoleh dari suatu produk tertentu.¹ Salah satu aspek implementasi dari *city branding* diwujudkan dalam *city slogan*, dimana setiap kota memiliki *tagline* tersendiri sebagai representasi masing-masing kota.

Sebagai salah satu bentuk penerapan *city branding*, beberapa kota di Indonesia meluncurkan *tagline* untuk mengemukakan identitasnya. Bahwa pada tahun 2001 Yogyakarta menghadirkan *positioning Jogja: The Never Ending Asia*. Tahun 2006 Pekalongan yang dinobatkan oleh Kementerian Pariwisata sebagai Kota Kreatif UNESCO, “*Craft and Folk Arts*” atau kota kerajinan dan kesenian rakyat juga kota batik, Jakarta dengan *Enjoy Jakarta*, Surakarta mengusung *Solo: The Spirit of Java*.

Identitas kota ialah *image* yang melekat pada kota. *Image* merupakan visualisasi dari atribut yang diberikan dan dipersepsikan oleh orang lain mengenai sebuah kota baik berupa

¹Andi M. Sadat. *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan* (Jakarta: Salemba, 2009), hlm. 18.

citra, reputasi dan kredibilitas.. Terbentuknya sebuah citra adalah hasil dari persepsi yang berkembang dalam benak masyarakat terhadap realitas kota yang ada. Realitas yang baik akan memiliki citra yang positif atas sebuah *brand* begitu sebaliknya.

Sehingga, terkait dengan identitas budaya, masyarakat Kota Gresik saat ini dihadapkan pada dua tantangan identitas, yaitu “Kota Santri” dan “Kota Industri”. Yang menjadi problem adalah bagaimana budaya santri yang sarat dengan nilai-nilai luhur itu menjadi spirit untuk membangun perekonomian atau juga mempertahankan kekuatan industrial Kota Gresik namun tetap bisa hidup selaras dengan nilai-nilai luhur keislaman.

Idealitanya karakter Gresik sebagai Kota Santri dijelaskan melalui beberapa indikator seperti yang tercantum dalam misi Pemerintah Kabupaten Gresik yaitu meningkatkan tumbuhnya perilaku masyarakat yang sejuk, santun dan saling menghormati dengan dilandasi oleh nilai-nilai agama dalam kehidupan masyarakat untuk menumbuhkan perilaku masyarakat yang berakhlak mulia, sesuai dengan simbol Gresik sebagai Kota Wali dan Kota Santri.²

Santri merupakan sebutan bagi orang yang belajar kepada kiai (pemangku, pengajar dan pendidik). Santri di pesantren (tempat tinggal para santri) diharapkan mampu memberikan respon terhadap situasi dan kondisi sosial suatu masyarakat yang tengah dihadapkan pada runtuhnya sendi-sendi moral. Dan untuk menyebarluaskan informasi ajaran tentang universalitas Islam ke seluruh pelosok Nusantara yang peka pada kontekstualitas budaya dan kondisi sosial.³

Hasil Kerajinan yang bernuansa islami juga dihasilkan oleh masyarakat Kota Gresik, misalnya kopyah atau songkok atau peci, sarung tenun, mukenah, sorban, kerudung dan lain-lain yang kerap dijadikan “identitas kaum muslim”.

Dampak perubahan sosial keagamaan atas branding Kota Gresik, sebagai Kota Santri sekaligus Kota Industri menjadi perhatian tersendiri bagi pengembangan kultur keagamaan di kota Gresik. Tentunya, berbagai perubahan sosial keagamaan akan menjadi kajian menarik untuk diteliti, mengingat relevansi nilai-nilai keagamaan yang ada dalam

² Pemerintah Kabupaten Gresik, “Profil Visi Dan Misi” dalam [www. gresikkab.go.id](http://www.gresikkab.go.id), diakses tanggal 9 Mei 2016.

³ Binti Maunah, *Tradisi Intelektual Santri*(Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 18-26.

keberagamaan masyarakat Kota Gresik dihadapkan dengan persoalan baru yaitu perkembangan industrialisasi Kota Gresik.

Apapun bentuknya itu, perubahan identitas adalah hal yang harus terjadi untuk mempertahankan eksistensi sebuah masyarakat. Masalahnya adalah bagaimana masyarakat Kota Gresik mampu beradaptasi, tetap memperlihatkan identitas budayanya sebagai Kota Santri, dan hidup secara berdampingan sampai sekarang dalam keadaan masyarakat yang terus berubah, terlebih jika berhadapan dengan industrialisasi. Identitas tersebut pada akhirnya dapat terbentuk melalui faktor-faktor yang menonjol pada kehidupan masyarakat Gresik. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti fenomena tentang bagaimana implikasi *city branding* Kota Gresik sebagai Kota Santri.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di dua Kecamatan yaitu kecamatan Manyar dan Kecamatan Gresik. Kecamatan Manyar meliputi Manyarejo, Manyar Sidomukti dan Manyar Sidorukun. Sedangkan di Kecamatan Gresik meliputi Kelurahan Bedilan, Pulo Pancikan, Gapurosukolila, Tlogopojok, dan Karangturi. Pemilihan kolasi tersebut karena terdapat suatu kelompok masyarakat yang berada di kawasan Kampung Arab, kawasan industri dan juga berada di wilayah perkotaan. Terdapat suatu kelompok masyarakat yang hidup bersama yang memiliki persepsi berbeda mengenai identitas Kabupaten Gresik. Maka dengan ini, penulis ingin melihat bagaimana implikasi *city branding* Kota Gresik sebagai Kota Santri.

Dalam teknik pengumpulan data, pandangan terhadap *city branding* Kota Gresik sebagai Kota Santri dan relasinya dengan religi, menjadi salah satu gerbang pintu masuk agama Islam di Indonesia, maka dilakukan dengan menggunakan perspektif sosio-historis.

Koleksi data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik pengamatan terlibat (*participation-observation*), wawancara mendalam (*indepth-interview*), dan dokumentasi.

Wawancara dilakukan oleh penulis guna memperoleh data dari instansi pemerintah seperti desa atau kelurahan, tokoh masyarakat, tokoh agama dan lembaga sosial. Sedangkan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, maka peneliti memanfaatkan berbagai data dan teori yang diperoleh dari buku, internet, dan surat kabar, dan sumber informasi non-manusia lainnya yang menunjang penelitian.

Data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan teknik deskriptif-interpretatif. Proses analisis data meliputi penyajian data, reduksi data, penarikan kesimpulan dan interpretasi. Dengan menggunakan analisis interpretatif juga tetap mengakomodir konsep-konsep yang telah menjadi acuan teoritis terdahulu. Metode penelitian ini diterapkan, agar hasil penelitian ini tidak hanya bersifat deskriptif, namun juga bagian dari kritik teori dan membangun teori yang baru.

C. CITY BRANDING KOTA GRESIK SEBAGAI KOTA SANTRI

Santri adalah jiwa dan potensi keislaman. Profesor John berpendapat bahwa istilah santri berasal dari bahasa Tamil, yang berarti guru mengaji. Adapun CC. Berg berpendapat bahwa istilah tersebut berasal dari kata “*shastni*” yang dalam bahasa India adalah orang-orang yang tahu buku-buku suci agama Hindu, atau seorang sarjana ahli kitab suci agama Hindu.⁴

Asal usul kata “santri”, dalam pandangan Nur Kholis Madjid dapat dilihat dari dua pendapat. *Pertama*, pendapat yang mengatakan bahwa “santri” berasal dari perkataan *sastri*, sebuah kata dari bahasa Sansekerta yang artinya melek huruf. Pendapat ini menurut Nurcholis Madjid agaknya didasarkan atas kaum santri adalah kelas *literary* bagi orang Jawa yang berusaha mendalami agama melalui kitab-kitab bertuliskan berbahasa Arab. *Kedua*, pendapat yang mengatakan bahwa perkataan santri sesungguhnya berasal dari

⁴ Samsul Nizar, *Sejarah Sosial dan Dinamika Intelektual Pendidikan Islam di Nusantara* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 87.

bahasa Jawa, dari kata “cantrik”, yang berarti seorang yang selalu mengikuti seorang guru kemana guru pergi menatap.⁵

Ulasan selanjutnya mengenai kata “santri” memiliki dua makna, pertama; santri adalah murid yang belajar ilmu agama di pondok pesantren yang datang dari jauh maupun dekat. Kedua; santri adalah gelar bagi orang-orang shaleh dalam agama Islam.⁶

Pada perkembangan selanjutnya santri merupakan sebutan bagi semua orang Islam di Jawa yang menjalankan syariat Islam dengan penuh kesadaran dan ketaatan baik mereka yang pernah belajar di pondok pesantren maupun yang tidak pernah atau belum pernah sama sekali (Simuh, 1988). Apabila kata santri merupakan kata yang didasarkan pada etimologi bahasa Sansekerta tersebut, dapat dikatakan bahwa kata santri bukan berasal dari khazanah Islam melainkan berasal dari khazanah Hindu. Namun dalam penelitian ini mengambil pemaparan Simuh bahwa santri adalah orang yang memiliki pengetahuan yang cukup mendalam mengenai ilmu agama serta mengamalkannya secara sadar dalam kehidupannya, baik orang yang belajar di pondok pesantren atau yang belum atau tidak pernah sama sekali.

Kehidupan santri berbeda dengan kehidupan masyarakat pada umumnya, ada suatu sistem nilai yang satu sama lain tidak memilikinya. Perilaku santripun tidak sebagaimana ada pada masyarakat umum dan banyak perilaku masyarakat umum yang tidak ada pada perilaku kalangan santri. Sebagai contoh santri identik dengan berpakaian sarung, peci, baju koko dan lain-lain dalam beraktivitas sehari-hari yang tidak berlaku pada masyarakat umum. Namun hal ini berbeda ketika membahas masyarakat Gresik, mereka memakai atribut-atribut tersebut dalam aktivitas sehari-hari yang “santai”. Gambaran tersebut bercorak sosiologis dimana masyarakat mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dari kelompok sosial yang bercorak keagamaan yang terbentuk tidak secara spontanitas dan emosional.⁷

Wahjoetomo mengatakan bahwa pesantren yang berdiri di tanah air, khususnya di Jawa dimulai dan dibawa oleh Walisongo, dan tidak berlebihan bila dikatakan bahwa

⁵ Binti Maunah, *Tradisi Intelektual Santri* (Yogyakarta: Teras, 2009). hlm. 17.

⁶ Suismanto, *Menelusuri Jejak Pesantren* (Yogyakarta: Alief Press, 2004). hlm. 54.

⁷ Didiet Haryadi Priyahutmo, “Santri dan Basis Kultural”, *Pancasila Abadi*. Maret 1995, hlm. 54.

pondok pesantren yang pertama didirikan adalah pondok pesantren yang didirikan oleh Syekh Maulana Malik Ibrahim atau terkenal dengan sebutan Syekh Maulana Maghribi (w. 12 Rabiul Awal 822 H/8 April 1419 M di Gresik.⁸ Kemudian berlanjut hingga sampai Syaikh Ali Murtadho (Raden Santri) hingga Sunan Giri ialah termasuk tokoh yang berhasil mengkolaborasikan sendi-sendi kesantrian ke dalam aspek kehidupan yang majemuk juga dalam bisnis dan perdagangan.

Terkait dengan sejarah kesantrian yang diperkenalkan oleh para wali di Gresik, lambat laun membawa masyarakat Gresik membangun sebuah identitas sosial (*social identity*) yang memandu bagaimana mereka mengkonseptualisasi dan mengevaluasi diri sendiri termasuk di dalamnya atribut pribadi dan atribut yang dibaginya bersama dengan orang lain. Atribut tersebut bisa jadi busana yang melekat pada diri masyarakat Gresik dalam kehidupan sehari-hari yaitu busana muslim seperti sarung, kopiah, jilbab dan lain-lain yang identik dengan kaum santri. Ditambah dengan adanya sentra produksi kopiah, BHS tekstil, baju koko dan lain-lain di kota ini.



Gambar 3.1.

Produksi Kopiah Awing di Jl. KH. Kholil No. 73 Gresik

Gambar tersebut menerangkan bahwa atribut-atribut yang biasanya melekat dalam diri seorang santri di Kota Gresik didukung juga dengan adanya usaha sentra produksi busana-busana muslim seperti peci, sarung, baju koko, mukena yang telah tersebar di

⁸ Samsul Nizar, *Sejarah Sosial dan Dinamika*, hlm. 89.

berbagai wilayah di Indonesia. Dengan demikian, adanya sentra produksi berbagai jenis busana muslim itu menjadikan Gresik sebagai salah satu kota yang memiliki *identitas* sebagai Kota Santri. Realitas yang baik akan memiliki citra yang positif atas sebuah *brand*, begitupun sebaliknya.

Konsep diri masyarakat Gresik berasal dari pengetahuan mereka tentang keanggotaan dalam suatu kelompok sosial bersamaan dengan signifikansi nilai-nilai dan emosional dari keanggotaan tersebut. Maka dari itu, mereka akan menyesuaikan dengan kultur keagamaan yang ada di Gresik. Atribut yang tampak dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Gresik dapat ditemukan di setiap sudut perkampungan di Gresik. Busana itu tidak hanya dipakai dalam kegiatan keagamaan saja namun dalam aktivitas yang terbilang cukup “nyantai”.



Gambar 3.2.
Masyarakat Sedang Ngopi dengan Menggunakan Busana Muslim
(Kopiah, Sarung Dan Baju Koko)

Identitas sosial juga berkaitan dengan keterlibatan, rasa peduli dan juga rasa bangga. Rasa bangga yang dimiliki adalah karena memang mayoritas masyarakat Gresik beragama Islam, latar belakang tersebut sudah barang tentu menjadi spirit tersendiri dalam mempertahankan relevansi nilai-nilai keagamaan yang telah dibawa oleh para pendahulu.

Respon masyarakat terhadap Gresik sebagai Kota Santri disebutkan melalui beberapa indikator yang menjelma menjadi ciri khas Gresik sebagai Kota Santri di antaranya adalah, *pertama*, dari segi sosio-historis yaitu dimulai dari penyebar agama Islam pertama di tanah Jawa oleh Sunan Maulana Malik Ibrahim, juga sebelumnya ada wali pertama perempuan pengenalan agama Islam yaitu Siti Fatimah binti Maimun, ada Sunan Giri yang

merupakan salah satu wali dari wali songo, Nyi Ageng Pinatih, Sunan Prapen, Raden Santri, Syaikh Abu Bakar Assegaf dan lain sebagainya. Para wali tersebut tentunya memiliki banyak santri dan pengikut yang belajar ilmu agama kepada mereka.

Salah satu yang menjadikan ciri khas Gresik sebagai Kota Santri adalah dengan banyaknya makam para wali yang tentunya memiliki keistimewaan-keistimewaan tersendiri. Oleh karena itu, jika masyarakat Kota Gresik sendiri melakukan perbuatan tidak baik yang melanggar aturan maka orang tersebut bisa merasa malu sendiri dengan para auliya’ yang dimakamkan disini, bukan saja itu, nanti akan mendapat teguran langsung dari masyarakat, karena masyarakat sangat menjunjung nilai-nilai kesantrian yang sudah tertanam di kota Gresik ini, dibanding dengan sekarang yah sudah mesti mengalami perubahan, tapi itu tidak begitu kentara.⁹

Kedua, dengan seiringnya waktu mulai ada banyak pondok pesantren dan sekolah-sekolah keagamaan yang bermunculan di Kota Gresik, mulai dari madrasah ibtidaiyah, tsanawiyah, aliyah dan perguruan tinggi Islam. Di Gresik tidak begitu terkenal dengan pondok pesantren yang besar hanya beberapa saja.

Ketiga, berkaitan dengan kegiatan keagamaan yang hampir tersebar di seluruh wilayah di Gresik, seperti adanya kegiatan rutin mingguan, bulanan dan tahunan. Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan bagian dari perilaku keberagamaan masyarakat Gresik. Seperti di tiap RT di daerah Manyar dan beberapa desa lain di Gresik setiap Kamis malam Jumat di sudut kampung diramaikan dengan adanya acara baca yasin atau tahlil, setiap Selasa malam Rabu di Kelurahan Gapurosukolilo yang terkenal sebagai Kampung Arab ada pembacaan Ratibul Hadad, juga beberapa kegiatan keagamaan seperti dziba’an, khatmil quran, sima’an dan lain-lain. Untuk acara rutin bulanan ada acara manaqiban yang dilakukan oleh kelompok jamiyah yang tersebar di Gresik, seperti Jamaah al Khidmah, kegiatan hadrah, begitu juga dengan kegiatan tadarus sehabis shalat isya’ di masjid-masjid Gresik. Pola perilaku keagamaan seperti inilah yang terus dipertahankan masyarakat untuk menjaga eksistensi Identitas Kota Santri di Gresik.

⁹ Wawancara dengan M. Anis, Warga Masyarakat Kelurahan Gapurosukolilo Gresik, di Aula Makam Sunan Maulana Malik Ibrahim, di Gresik tanggal 24 Agustus 2016.



Gambar 3.3

**Kegiatan Lailatul hadrah 1 Muharram di Masjid Jami' Manyar
(14 Oktober 2016 oleh @abuahmadmz)**

Gambar tersebut adalah kesenian hadrah atau terbangan yaitu salah satu bentuk kesenian Islam yang tidak hanya berisi shalawatan dan diiringi musik (terbangan) saja melainkan juga ada tariannya. Tidak saja orangtua yang mengikuti kesenian tersebut, anak muda dan anak-anak kecil juga turut ikut.

Keempat adalah tempat ibadah seperti masjid dan musholah banyak ditemukan di Gresik sebagai fasilitas penunjang utama masyarakat dalam menjalankan ibadah. *Kelima*, Busana yang bernuansa agamis, seperti sarung, peci, baju koko, surban, mukena dan lain-lain yang banyak diproduksi di Gresik. Tidak jarang ditemukan orang yang dalam kehidupan sehari-harinya memakai sarung dan busana-busana ala santri seperti yang sudah dikemukakan oleh penulis dalam pemaparan sebelumnya.



Gambar 3.4
Rekor Muri yang Berbau Predikat sebagai Kota Santri
untuk Sebutan Kabupaten Gresik
(<http://gresikkab.go.id>)

Gambar tersebut adalah acara pemberian penghargaan Rekor Muri sebagai pengunjung bazar Ramadhan tahun 2016 terbanyak dengan mengenakan busana sarung dan rekor muri penampilan massal seni rodhat ISHARI (Ikatan Seni Hadrah Indonesia) Kabupaten Gresik dengan peserta 18.600, terbanyak se-Indonesia.

Perkembangan masyarakat jejaring saat ini telah membuka peluang bagi semua kalangan dari beragam latar belakang kelas untuk terlibat aktif dalam diskusi publik dan mengkonstruksi wacana sebagai respon dari realitas politik atau proses demokratisasi. Di Gresik sendiri masalah identitas masyarakat yang menyandang *city branding* sebagai Kota Santri hingga saat ini masih terus diperbincangkan. Apakah itu dalam ruang (publik) virtual ataupun ruang publik itu sendiri. Grup-grup diskusi maupun forum perbincangan politik maupun aksi-aksi sebagai respon dari realitas politik merupakan salah satu perwujudan ruang publik di era internet saat ini sebagai pengganti ruang baca, perpustakaan, kafe, dan tempat-tempat sebagaimana disebutkan Habermas sebagai fasilitas dalam diskusi intelektual. Ruang tersebutlah yang memfasilitasi publik untuk melakukan interaksi melalui beragam jenis komunikasi kebanyakan entitas.

Citra positif Kabupaten Gresik sebagai Kota Santri akhirnya menimbulkan beberapa respon bervariasi dari masyarakat, seperti ada yang membuat gambar, tulisan dan sebagainya, hal ini tidak lain adalah untuk menyampaikan sebuah informasi yang berkaitan dengan identitas Kabupaten Gresik. Seperti gambar berikut:



Gambar 3.5
Meme Gresik Kota Santri

Gambar tersebut merupakan tanggapan masyarakat atas identitas kota. Gambar tersebut adalah hasil kreativitas masyarakat yang memberi gambaran atas kondisi yang ada, memiliki kekhasan dalam penampilan sebagai ciri fisik sebuah kota yang mengemban suatu identitas tertentu. Bentuk sebuah gambar dari masyarakat juga bagian dari bahasa masyarakat. Maka bahasa dapat juga dijadikan identitas suatu kelompok masyarakat.¹⁰ Pada sebagian masyarakat yang menerima identitas Gresik sebagai Kota Santri maka akan menerima dengan baik gambar tersebut, menganggap penting menjaga identitas sebuah kota sebagai cerminan dan spirit dalam bersikap dan bertindak.

Hal ini pun terlihat dari banyaknya atribut pribadi dan tempat-tempat usaha, bahkan iklan layanan masyarakat dari pemerintah daerah setempat menggunakan slogan “Kota Santri” sebagaimana contoh berikut:

¹⁰ Chaer A. *Linguistik Umum* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm. 71.



Gambar 3.6
Legitimasi Identitas sebagai “Kota Santri” dari Pemerintah

Akhirnya, identitas sosial ini menjadi penting, rasa keterkaitan, peduli dan bangga akan muncul. Rasa itu berasal dari pengetahuan mereka sendiri tentang bagaimana menjadi keanggotaan masyarakat Gresik yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan anggota masyarakat yang lain, di luar masyarakat Gresik.

D. IMPLIKASI CITY BRANDING KOTA GRESIK SEBAGAI KOTA SANTRI

Pada masing-masing masalah, implikasi dapat diidentifikasi. Masalah-masalah yang berbeda bagi masing-masing kelompok sosial tersebut sering kali melahirkan konflik selama proses pengembangan teknologi industrialisasi. Misalnya dalam kasus pengembangan sebuah pabrik di Gresik terjadi konflik antara kebutuhan akan kesejahteraan ekonomi dan kekuatan budaya religi. Ada kelompok-kelompok yang mengedepankan kemajuan industri, namun ada pula yang meletakkan nilai-nilai atau norma agama sebagai prioritas utama. Jika kita bawa konsep tersebut pada konteks masyarakat perkotaan, terdapat dua kebutuhan yang saling bertentangan dan sama-sama penting, yaitu kebutuhan untuk terkoneksi dengan terpenuhinya kesejahteraan dalam hal ekonomi versus kebutuhan akan spiritualitas rohani seseorang dari gemuruh roda industri.

Pada penelitian ini, masyarakat Gresik diposisikan sebagai agen-agen berpengetahuan yang berkehendak bebas, namun pola penggunaan nilai-nilai budaya religi yang berulang-ulang diasumsikan akan membentuk struktur yang melibatkan nilai-nilai yang berkenaan dengan budaya industri, seperti nilai-nilai dalam etos kerja. Sebaliknya praktik-praktik sosial-keagamaan untuk kepentingan bermasyarakat dan interaksi dibatasi

pula oleh nilai, norma, dan sumber daya yang mengatur pola interaksi antar individu yang telah menjadi struktur. Budaya interaksi sosial disini menjadi struktur yang memberikan peluang sekaligus membatasi tindak masyarakat yang terlibat.

Dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan paradigma hibridisasi budaya. Paradigma ini menekankan percampuran budaya sebagai akibat dari globalisasi dan produksi akibat industrialisasi. Hibridisasi adalah sebuah istilah yang menekankan meningkatnya keragaman terkait dengan perpaduan yang unik antara global dan lokal yang berlawanan dengan keseragaman yang dikaitkan dengan industrialisasi. Perpaduan budaya akan melibatkan penggabungan dua atau lebih unsur dari berbagai kebudayaan atau bagian lain.

Beberapa contoh yang terjadi pada masyarakat Gresik adalah maraknya kegiatan keagamaan belakangan ini di sejumlah perusahaan besar di kawasan-kawasan industri Kabupaten Gresik, memberi gambaran umum mengenai apa yang sedang terjadi. Gambaran umum ini menyangkut pergeseran paradigma pendekatan kalangan perusahaan dalam memberikan kebijakan yang mengarah pada keagamaan. Pergeseran ini tidak lain adalah adanya penyesuaian dengan kultur yang berkembang dalam masyarakat. Untuk itu tidak heran apabila saat ini kegiatan keagamaan mulai dari shalat jamaah di awal waktu, peringatan-peringatan hari besar Islam dan sebagainya sangat marak dan berkembang luas di perusahaan-perusahaan besar di Gresik.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil penelitian yang telah penulis jabarkan dalam pembahasan sebelumnya mengenai Kota Gresik sebagai Kota Santri: Implikasi sebagai *City Branding*, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

Perubahan identitas Kota Santri pada masyarakat Kota Gresik merupakan sebuah perubahan yang terjadi secara bertahap. Pada awalnya, permasalahan identitas yang ada kaitannya dengan “agama” (santri) yang dipegang lebih dulu oleh masyarakat Gresik, bukanlah menjadi masalah. Akan tetapi ketika industrialisasi menjadi sebuah identitas baru dan mendapat dukungan dari pemerintah, maka hal ini kemudian membentuk identitas baru

yang hibrid, memadukan budaya religi dengan industrialisasi. Masyarakat Gresik menanggapi hal ini dengan menjadikan semangat baru dalam meningkatkan etos kerja dan daya saingnya dalam masalah ekonomi.

Tradisi budaya religi yang selama ini dijadikan pedoman masyarakat dalam bertindak semakin dilirik dan menjadi perhatian tersendiri sebagai benteng terakhir masyarakat, karena melihat fakta dan dampak yang akan ditimbulkan akibat industrialisasi, dan tentunya mendapat dukungan dari pihak pemerintah sebagai pemegang kekuasaan. Seperti, (1) program pembenahan kehidupan umat beragama melalui peningkatan kesadaran masyarakat dalam mengamalkan ajaran agama; (2) program peningkatan pembangunan di bidang agama melalui peningkatan kuantitas dan kualitas sarana dan prasarana pendidikan agama pada semua jalur, pendidikan, lingkungan keluarga dan masyarakat dengan memperhatikan perkembangan situasi sosial budaya masyarakat setempat; (3) program peningkatan kuantitas dan kualitas tenaga penyuluh agama yang profesional dengan memperhatikan penyediaan sesuai dengan tingkat kebutuhan.

Akhirnya, kesimpulan dari hasil rumusan masalah tentang bagaimana identitas masyarakat Kabupaten Gresik pasca-industrialisasi adalah masyarakat Gresik menyandang *city branding* sebagai Kota Industri. Identitas masyarakat Gresik sebagai Kota Santri akan terus dipertahankan sebagai identitas positif mereka. Karena juga masyarakat Gresik yang mayoritas adalah muslim, memiliki *background* keislaman dengan sendirinya akan merasa bangga dan terus mengupayakan dalam menjaga dan melestarikan nilai-nilai luhur budaya santri yang ada di Gresik dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Chaer. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta, 2012.
- Maunah, Binti. *Tradisi Intelektual Santri*. Yogyakarta: Teras, 2009.
- Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Ramaja Rosdakarya, 2004.
- Nizar, Samsul. *Sejarah Sosial dan Dinamika Intelektual Pendidikan Islam di Nusantara*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Priyahutmo, Didiet Haryadi. "Santri dan Basis Kultural". Pancasila Abadi. 1995.
- Sadat, Andi M. *Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba. 2009.
- Suismanto. *Menelusuri Jejak Pesantren*. Yogyakarta: Alief Press. 2004.

Media Online:

- Pemerintah Kabupaten Gresik, "Profil Visi dan Misi" dalam www.gresikkab.go.id, diakses tanggal 9 Mei 2016.